

<p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p> <p>UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS</p> <p>PROGRAMA DEL CURSO: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE MEDIOS</p> <p>CATEDRÁTICO: DR. MARTIN ANTONIO ZERMEÑO MUÑOZ</p> <p>Clave: LP 806</p>	DES:	Educación y Cultura
	Programa(s) académico(s)	Periodismo
	Tipo de Materia: <i>Obligatoria / Optativa</i>	Específica
	Clave de la Materia:	LP 806
	Semestre:	Agosto-diciembre de 2022
	Área en plan de estudios (B,P,E, O):	Valoración del fenómeno periodístico
	Total de horas por semana:	3 horas (16 semanas)
	Laboratorio o Taller:	
	h./semana trabajo presencial/virtual	48 horas
	h./semana laboratorio/taller	0
	h. trabajo extra-clase:	6 horas
	Total de horas por semestre: <i>Total de horas semana por 16 semanas</i>	48 horas
	Créditos totales:	
	Fecha de actualización:	Noviembre de 2022
Prerrequisito (s):		

DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:

El alumno comprenderá los principios fundamentales de la administración, las diferencias estructurales y funcionales de los diversos tipos de organización empresarial para aplicar los conocimientos teórico-prácticos a casos concretos de medios de comunicación. Además, el alumno fortalecerá sus conocimientos sobre la elaboración de planes, campañas y acciones estratégicas de publicidad, así como de su gestión.

COMPETENCIA PRINCIPAL QUE SE DESARROLLA:**Básicas:**

Comunicación

Sociocultural

Trabajo en equipo

Profesionales:

Interacción sociocultural

Fundamentación del conocimiento

Específicas:

Organizaciones y espacios informativos

OTRAS COMPETENCIAS A LAS QUE SE CONTRIBUYE CON EL DESARROLLO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/CURSO:

Se escribe el nombre y tipo de la competencia (B, P, E u O). Se describe la definición general de la (s) competencia (s) a fortalecer con esta unidad de aprendizaje.

DOMINIOS (Se toman de las competencias)	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos, temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO
1. Explicar e interpretar a las organizaciones sociales como sistemas complejos, sus relaciones con la sociedad global, y sus estructuras y procesos básicos; identificación del peso de la organización en el ordenamiento y la producción de las relaciones sociales, a partir	<p>Objeto de Estudio I. Orígenes de la administración. 1.1 Antecedentes históricos 1.1.1 La administración en la antigüedad. 1.1.2. La Revolución Industrial. 1.1.3. Administración Moderna. 1.2 Nuevas tendencias y/o corrientes de la administración.</p> <p>Objeto de Estudio II.- Conceptos de administración.</p>	<p>Identificar, desarrollar, analizar y proponer alternativas de aplicación de procesos informativos y de gestión de elementos conceptuales emergentes para el procesamiento de información desde los mensajes emitidos por los diferentes canales de información.</p> <p>Desarrollar y participar en actividades de mercadotecnia publicitaria y de</p>	<p>La metodología está basada en el TALLER. EXPOSICIÓN PREGUNTAS GENERADORAS APRENDIZAJE COLABORATIVO.</p>	<p>Desarrolla, implementa análisis y diagnóstico enfocad Desarrolla, implementa análisis y diagnóstico enfocado a estudios de clima y comunicación organizacion al.</p>

<p>de la experiencia en la elaboración y sistematización de los conocimientos sobre los temas estudiados; y gestionar los elementos básicos para poder identificar, analizar y delinear una estrategia adecuada en relación con los problemas organizacionales, en los cuales deba intervenir durante el desempeño profesional.</p> <p>2. Identificar, seleccionar y aplicar los procesos de administración para la instrumentación de las Relaciones Públicas.</p> <p>3. Indagar, seleccionar, procesar y emitir resultados en relación a las diferentes variables que intervienen como</p>	<p>2.1 El acto administrativo. 2.2 Función administrativa. 2.3 Tipos de administración. 2.4 Características de la administración. 2.5 Importancia de la administración.</p> <p>Objeto de Estudio III.- La empresa. 3.1 Concepto. 3.2 Elementos que la forman. 3.3 La unidad empresarial. 3.4 El empresario. 3.5 Fines. 3.6 Magnitud. 3.7 Empresas corporativas. 3.8 Empresas públicas y privadas.</p> <p>Objeto de Estudio IV. El proceso administrativo. 4.1 Concepto, principios, reglas y técnicas de las siguientes etapas. 4.1.1 Planeación estratégica. 4.1.2 Organización 4.1.3 Dirección 4.1.4 Control</p>	<p>divulgación científica y desempeñar actividades docentes.</p> <p>Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p> <p>Identificar, desarrollar, analizar y proponer alternativas de aplicación de procesos informativos y de gestión de elementos conceptuales emergentes para el procesamiento de información desde los mensajes emitidos por los diferentes canales de información.</p> <p>Desarrollar y participar en actividades de mercadotecnia publicitaria y de divulgación científica y desempeñar actividades docentes.</p> <p>Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo</p>	<p>EXPOSICIÓN PREGUNTAS GENERADORAS APRENDIZAJE COLABORATIVO</p> <p>EXPOSICIÓN PREGUNTAS GENERADORAS APRENDIZAJE COLABORATIVO</p> <p>EXPOSICIÓN PREGUNTAS GENERADORAS APRENDIZAJE COLABORATIVO</p> <p>INVESTIGACIÓN EXPOSICIÓN PREGUNTAS GENERADORAS APRENDIZAJE COLABORATIVO</p> <p>INVESTIGACIÓN EXPOSICIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla, implementa análisis y diagnóstico enfocado a estudios de clima y comunicación organizacional. • Promueve la participación integral de los miembros de la organización y diseña planes integrales de comunicación organizacional. • Identifica, diseña y difunde la imagen institucional de una organización a partir de la revisión analítica de los elementos que la constituyen. • Desarrolla diagnósticos de imagen organizacional, monitorea medios masivos de información y comunicación para
--	--	--	---	---

<p>mecanismos detonadores de diferentes comportamientos en los usuarios de la información.</p> <p>4. Generar, asignar valor y mercadear servicios y productos periodísticos, formal e informalmente, a través de medios web y la colateral comunicación física, en presentaciones, publicaciones y conversaciones.</p> <p>5. Planear, presupuestar, desarrollar y producir, proyectos de diseño, montaje y elaboración de productos informativos de alta calidad, dirigidos a diversos sectores sociales.</p> <p>6. Indagar, seleccionar,</p>	<p>Objeto de Estudio V. Estructura y organización de medios vigentes y prospectivos.</p> <p>5.1 Medios impresos.</p> <p>5.1.1 Niveles jerárquicos.</p> <p>5.1.2 Dirección.</p> <p>5.1.3 Gerencia.</p> <p>5.1.4 Publicidad.</p> <p>Producción, Distribución y Consumo</p> <p>5.2 Medios audiovisuales.</p> <p>5.2.1 Niveles jerárquicos.</p> <p>5.2.2 Departamentos o secciones administrativas.</p> <p>5.2.3 Departamentos o secciones de información.</p> <p>5.2.4 Departamentos o secciones de operaciones técnicas: producción y programación.</p> <p>5.3 Estructura y funcionamiento de agencias informativas.</p> <p>5.3.1 Concepto.</p> <p>5.3.2 Tipos de agencias.</p> <p>5.3.3 Agencias alternativas.</p> <p>Objeto de Estudio VI. Gestión estratégica de la comunicación.</p> <p>6.1 Relaciones públicas.</p> <p>6.2 Planeación de la comunicación.</p>	<p>profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p> <p>Identificar, desarrollar, analizar y proponer alternativas de aplicación de procesos informativos y de gestión de elementos conceptuales emergentes para el procesamiento de información desde los mensajes emitidos por los diferentes canales de información.</p> <p>Desarrollar y participar en actividades de mercadotecnia publicitaria y de divulgación científica y desempeñar actividades docentes.</p> <p>Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p> <p>Identificar, desarrollar, analizar y proponer alternativas de aplicación de procesos informativos y de gestión de</p>	<p>PREGUNTAS GENERADORAS APRENDIZAJE COLABORATIVO</p> <p>INVESTIGACIÓN EXPOSICIÓN PREGUNTAS GENERADORAS APRENDIZAJE COLABORATIVO</p>	<p>identificar la información relevante para la toma de decisiones. Identifica la publicidad y la aplicación de las inversiones hechas al respecto en los medios masivos de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla, implementa análisis y diagnóstico enfocado a estudios de clima y comunicación organizacional. • Promueve la participación integral de los miembros de la organización y diseña planes integrales de comunicación organizacional. Identifica, diseña y difunde la imagen institucional de una organización a partir de la
---	--	--	--	---

<p>procesar y emitir resultados en relación a las diferentes variables que intervienen como mecanismos detonadores de diferentes comportamientos en los usuarios de la información.</p>	<p>6.3 Estrategias de comunicación.</p> <p>Objeto de Estudio VII. Desafíos y retos de la empresa periodística en el siglo XXI.</p> <p>7.1 La eficiencia. 7.2 La mejora. 7.3 El abandono 7.4 La creatividad. 7.5 La innovación.</p>	<p>elementos conceptuales emergentes para el procesamiento de información desde los mensajes emitidos por los diferentes canales de información.</p> <p>Desarrollar y participar en actividades de mercadotecnia publicitaria y de divulgación científica y desempeñar actividades docentes.</p>		<p>revisión analítica de los elementos que la constituyen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica la publicidad y la aplicación de las inversiones hechas al respecto en los medios masivos de comunicación .
<p>Generar, asignar valor y mercadear servicios y productos periodísticos, formal e informalmente, a través de medios web y la colateral comunicación física, en presentaciones, publicaciones y conversaciones.</p>		<p>Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla, implementa análisis y diagnóstico enfocado a estudios de clima y comunicación organizacional. • Promueve la participación integral de los miembros de la organización y diseña planes integrales de comunicación organizacional.
<p>7. Aplicar los fundamentos teóricos necesarios para desarrollar una auditoria de Imagen de una organización, evalúe su calidad y gestione la Identidad trabajando la cultura corporativa de la misma a</p>		<p>Identificar, desarrollar, analizar y proponer alternativas de aplicación de procesos informativos y de gestión de elementos conceptuales emergentes para el procesamiento de información desde los mensajes emitidos por los diferentes canales de información.</p> <p>Desarrollar y participar en</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Identifica, diseña y difunde la imagen institucional de una organización

<p>través de un programa integral de Imagen Organizacional</p> <p>8. Identificar, seleccionar y aplicar los procesos de administración para la instrumentación de las Relaciones Públicas.</p> <p>9. Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p> <p>10. Aplicar los fundamentos teóricos necesarios para desarrollar una auditoria de Imagen de una organización, evalúe su calidad y gestione la Identidad trabajando la cultura corporativa de la misma a través de un programa</p>		<p>actividades de mercadotecnia publicitaria y de divulgación científica y desempeñar actividades docentes.</p> <p>Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p> <p>Identificar, desarrollar, analizar y proponer alternativas de aplicación de procesos informativos y de gestión de elementos conceptuales emergentes para el procesamiento de información desde los mensajes emitidos por los diferentes canales de información.</p> <p>Desarrollar y participar en actividades de mercadotecnia publicitaria y de divulgación científica y desempeñar actividades docentes.</p>		<p>a partir de la revisión analítica de los elementos que la constituyen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla, implementa análisis y diagnóstico enfocado a estudios de clima y comunicación organizacional. • Promueve la participación integral de los miembros de la organización y diseña planes integrales de comunicación organizacional. • Identifica, diseña y difunde la imagen institucional de una organización a partir de la revisión analítica de los elementos
---	--	---	--	--

<p>integral de Imagen Organizacional</p> <p>11. Planear, presupuestar, desarrollar y producir, proyectos de diseño, montaje y elaboración de productos informativos de alta calidad, dirigidos a diversos sectores sociales.</p> <p>12. Explicar e interpretar a las organizaciones sociales como sistemas complejos, sus relaciones con la sociedad global, y sus estructuras y procesos básicos; identificación del peso de la organización en el ordenamiento y la producción de las relaciones sociales, a partir de la experiencia en la elaboración y sistematización de los conocimientos sobre los temas estudiados; y gestionar los</p>		<p>Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p> <p>Identificar, desarrollar, analizar y proponer alternativas de aplicación de procesos informativos y de gestión de elementos conceptuales emergentes para el procesamiento de información desde los mensajes emitidos por los diferentes canales de información.</p> <p>Desarrollar y participar en actividades de mercadotecnia publicitaria y de divulgación científica y desempeñar actividades docentes.</p>		<p>que la constituyen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla diagnósticos de imagen organizacional, monitorea medios masivos de información y comunicación para identificar la información relevante para la toma de decisiones. • Desarrolla, implementa análisis y diagnóstico enfocado a estudios de clima y comunicación organizacional. • Promueve la participación integral de los miembros de la organización y diseña planes integrales de comunicación organizacional. Identifica, diseña y difunde la imagen
--	--	---	--	---

<p>elementos básicos para poder identificar, analizar y delinear una estrategia adecuada en relación con los problemas organizacionales, en los cuales deba intervenir durante el desempeño profesional.</p> <p>13. Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p> <p>14. Generar, asignar valor y mercadear servicios y productos periodísticos, formal e informalmente, a través de medios web y la colateral comunicación física, en presentaciones, publicaciones y conversaciones.</p> <p>15. Identificar, seleccionar y aplicar los procesos de</p>				<p>institucional de una organización a partir de la revisión analítica de los elementos que la constituyen</p> <p>Promueve la participación integral de los miembros de la organización y diseña planes integrales de comunicación organizacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analiza a los diferentes públicos que tienen relación con las organizaciones sociales y la participación tácita o explícita en la definición de la imagen e identidad de las mismas a partir de las cuales los usuarios de la información presentan diferentes
--	--	--	--	---

<p>administración para la instrumentación de las Relaciones Públicas.</p> <p>16. Planear, presupuestar, desarrollar y producir, proyectos de diseño, montaje y elaboración de productos informativos de alta calidad, dirigidos a diversos sectores sociales.</p> <p>17. Aplicar los fundamentos teóricos necesarios para desarrollar una auditoria de Imagen de una organización, evalúe su calidad y gestione la Identidad trabajando la cultura corporativa de la misma a través de un programa integral de Imagen Organizacional</p> <p>18. Identificar, seleccionar y aplicar los procesos de administración para la instrumentación</p>				<p>comportamientos.</p>
---	--	--	--	-------------------------

<p>de las Relaciones Públicas.</p> <p>19. Explicar e interpretar a las organizaciones sociales como sistemas complejos, sus relaciones con la sociedad global, y sus estructuras y procesos básicos; identificación del peso de la organización en el ordenamiento y la producción de las relaciones sociales, a partir de la experiencia en la elaboración y sistematización de los conocimientos sobre los temas estudiados; y gestionar los elementos básicos para poder identificar, analizar y delinear una estrategia adecuada en relación con los problemas organizacionales, en los cuales deba intervenir durante el desempeño profesional.</p>				
--	--	--	--	--

<p>20. Construir y liderar un equipo de servicios periodísticos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización.</p>				
<p>21. Planear, presupuestar, desarrollar y producir, proyectos de diseño, montaje y elaboración de productos informativos de alta calidad, dirigidos a diversos sectores sociales.</p>				
<p>22. Identificar, desarrollar, analizar y proponer alternativas de aplicación de procesos educativos y de gestión de elementos conceptuales emergentes para el procesamiento de información desde los mensajes emitidos por los diferentes canales de</p>				

información. Desarrollar y participar en actividades de mercadotecnia publicitaria y de divulgación científica y desempeñar actividades docentes.				

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
<p>Canals, Jordi La internacionalización de la empresa Colombia, Mc Graw Hill, 1994.</p> <p>Cronin, Blaise Administración total de la información. México, Mineo, 1990.</p> <p>Hernández y Sergio R. Introducción a la administración México, Mc Graw Hill, 1999.</p> <p>Jiménez, Juan Carlos Negocios. Com México, Alfa-Omega, 2001.</p> <p>Seitel, Fraser P.</p>	<p>Presentación de semblanzas de autores citados en el curso Resúmenes y ensayos de temas presentados en clase. Productos periodísticos: Notas informativas, entrevistas, crónicas y reportajes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Estrategias de evaluación: <i>Portafolio de evidencias.</i> ● Y coevaluación. ● Instrumentos a utilizar para valorar las evidencias de desempeño: <i>Rúbricas y Pruebas escritas.</i> <ul style="list-style-type: none"> ● Describir la ponderación. <i>Se describe el porcentaje que tendrá cada estrategia e instrumento de evaluación:</i> <i>Portafolio de evidencias 50%</i>

Teoría y práctica de las relaciones públicas.
Pearson Educación, Madrid, 2002.

Pérez, Rafael Alberto
Estrategias de comunicación.
Ariel Comunicación, España, 2005.

Muñoz, Gutiérrez Ramón
6 Canastas para innovar.
México, Grijalbo, 2017.

Oppenheimer, Andrés
¡Sálvese quien pueda!
México, Debate, 2018.

Kaiser, Brittany
La dictadura de los datos
México, Harper Collins, 2019.

Película:

Todos los hombres del Presidente. Caso Watergate en EUA. Actores: Robert Redford (Bod Woodward) y Dustin Hoffman (Carl Bernstein).

Película:

En primera plana.
El caso gana el premio Pulitzer.
Se trata de abusos sexuales de sacerdotes católicos en Boston, EUA.
Actores: Michael Keaton y Rachel McAdams.

Película:

The Post.
La dueña del Washington Post, en un mundo dominado por los hombres, decide enfrentar al Gobierno de Estados Unidos y descubrir oscuros secretos del Pentágono.
Actores: Meryl Streep (Katherine Graham) y Tom Hanks (Ben Bradlee).

Examen escrito 30%
Participación en clase 20%

CRONOGRAMA DEL AVANCE PROGRAMÁTICA

Objetos de Estudio	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
OBJETO DE ESTUDIO 1	X	X	X													
OBJETO DE ESTUDIO 2				X	X	X										
OBJETO DE ESTUDIO 3							X	X								
OBJETO DE ESTUDIO 4:									X	X						
OBJETO DE ESTUDIO 5:											X	X				
OBJETO DE ESTUDIO 6:													X	X		
OBJETO DE ESTUDIO 7:															X	X